



MARKETIN SEKTORIALA

2017ko abendua

ABIZENAK: _____

IZENA: _____ N.A.N.: _____

Balora ezazu lantaldeko partaide bakoitzak egindako ekarpena 0 eta 10 bitarteko eskala erabiliz:

IZENA	PUNTUAZIOA	KOMENTARIOA (EGIN NAHI IZANEZ GERO)
1. NI		
2.		
3.		
4.		

1.

Nazio Batuen Erakundeak (NBE) kanpaina bat jarri du abian "Las apariencias engañan: Luchemos contra el racismo" lelopean.

Arrazakeria, xenofobia eta intolerantzia gizarte guztietan ohikoak direla gogorazten zaigu kanpaina honetan. "Gutako bakoitzak nolabaiteko erantzukizuna du, arrazakeria eta intolerantziarekiko aurreiritziak bultzatuz edo haiei aurre eginez" dio NEB-k.

Beste ekintza batzuen artean, kanpainak pertsona desberdinen argazkiak erakusten ditu eta haietan zer ikusten duen galdetzen dio hiritarrari. Hala nola, gizon beltz baten argazkia erakusten da, galdera honekin batera: "Zer ikusten duzu?" eta hainbat erantzun proposatzen da, "sendagilea, taxi-gidaria, giza-eskubideen aktibista". Beste irudi batean, berriz, piercing-ak daramazkien emakume zuri bat azaltzen da "teknikaren jenioa, drogazalea eta langile soziala" proposamenekin batera.



LAS APARIENCIAS ENGAÑAN
www.un.org/es/letsfight racism/



LAS APARIENCIAS ENGAÑAN
www.un.org/es/letsfight racism/

Informazio honetan oinarrituz, erantzun ondorengo galderak:



1.1. AIDA ereduan oinarrituz, zeren menpe dago kanpaina honek piztu dezakeen interesa? Nola handitu daiteke interes hori? (0,75 puntu)

1.2. Kanpaina honen produktua deskriba ezazu, bere osagaiak identifikatuz eta azalduz (0,75 puntu).



2.

Ibermática

Ibermática, informazio eta komunikazio zerbitzuak eskaintzen dituen Donostiako enpresa bat da eta ondorengo alorretan aritzen da lanean: IKT aholkularitza, ekipamendu eta azpiegiturak, informazio-sistemen integrazioa, outsourcing-a eta enpresa-kudeaketarako soluzio integralen ezarpena.

Hainbat sektoreri eskaintzen dizkio zerbitzuak; besteak beste, finantzak, aseguruak, telekomunikazioak, osasuna eta administrazio publikoa, beti ere egokitutako soluzioak eskainiz.

Ondorengo informazioa atera dugu bere webgunetik:

– ZER DA BEREIZTEN GAITUENA? –

Zure parte sentitzen gara

Norbait ezagutzeko eta haren kezkek azaleratzeko, gertutasuna, adeitasuna eta naturaltasuna premiazkoak direla egiaztatu dugu. Ia nahi gabe konturatu gara honetaz, izan ere berezkoa dugu portaera hau enpresan.

Formula inpertsonalak gainditzeko garaia iritsi da. "Konfiantzazko aliatu teknologikoa" garela esatea ez da nahiko. Gauza guztien gainetik pertsonak garela azpimarratu nahi dugu; ulertu nahi zaitugun pertsonak, gertutasunetik, gardentasunetik, enpatiatik, esperientziatik... Zurekin gaudenean edo zuretzat zerbait egiten dugunean, ez zara bezero soilak guretzat, zure parte sentitzen garelako nolabait...

Informazio honetan oinarriturik, erantzun ondorengo lau galdera:

2.1. Ibermátican zerbitzu-kultura bat dagoela esango al zenuke? Zergatik? (0,5 puntu)

2.2. Autore batzuen iritziz, zerbitzu enpresek zazpi P-tan oinarritutako marketin-mixa aplikatu beharko lukete. Horietatik zein nabarmentzen da goiko testuan? Azal ezazu zein aspektu landu beharko liratekeen aldagai hori kudeatzeko marketin ikuspegi batetik (0,75 puntu).



2.3. Erlaziona ezazu testua SERVQUAL modeloan ageri diren kalitatearen osagaiekin. Arrazoituz erantzuna (0,75 puntu).

2.4. Zein diferentzia dago SERVQUAL modeloa eta SERVPERF modeloaren artean? (0,5 puntu)

3.



ITP industria aeronautikoko munduko ehun konpainia garrantzitsuenen artean dago (Top 100 Aerospace Companies, PwC eta Flight International, 2015). Bere produkzio-guneak Espainia, Britainia Handia, Malta, Estatu Batuak, India eta Mexikon daude eta 3.000 langile baino gehiago ditu.

Enpresa hau motor aeronautikoen alorrean aritzen da, diseinua, ikerketa eta garapena, ekoizpena, muntaia eta probak burutzen dituelarik. Gainera, laguntza teknikoa eskaintzen du (mantentze-lanak, konponketak eta berrikusketak). ITP bi merkatu desberdinetara zuzentzen da: merkatu zibilak eta defentsa merkatuak.

Merkatu zibilei dagokienez, bilakaera handia izan du, eta atal estatiko sinpleak ekoiztetik hegazkin-motorren industria zibileko hornitzaile garrantzitsuenetarikoa izatera pasa da; gaur egun oso presentzia nabarmena du hegazkin komertzialen, pasillo bakarreko hegazkinen, hegazkin pribatuen eta turbina-industriaren segmentuetan (turbina-industriak argindarra sortzeko eta propulsio mekanikorako turbinak sortzen ditu).

Defentsa merkatuei dagokienez, berriz, borrokarako hegazkinak, garraio militarerako hegazkinak eta helikopteroak ekoizten dituzten enpresa-talde nagusien hornitzaile da.

Informazio honetan oinarriturik, erantzun ondorengo bost galdera:

3.1. Zergatik da hain garrantzitsua "produktuaren xedea edo erabilpena" industria-marketinaren alorrean? Azal ezazu ITPri aplikatutako adibide batekin (0,75 puntu).



3.2. Zergatik jarri beharko luke ITPk arreta bere bezeroen erosketa-zentroetan haien erosketa-sailetan jarri beharrean? (0,75 puntu)

3.3. Lankidetza-akordio baten adibidea jarri ezazu, horretarako ITPren merkatu zibileko bezero jakin bat erreferentziazat hartuz. Zein eragin dute akordio mota hauek bezero-hornitzaile harremanetan? (0,75 puntu)

3.4. Eskariaren hegazkortasuna gutxitzeko estrategiarik erabiltzen al du ITPk? Zein? Erantzunak arrazoitu (0,5 puntu).

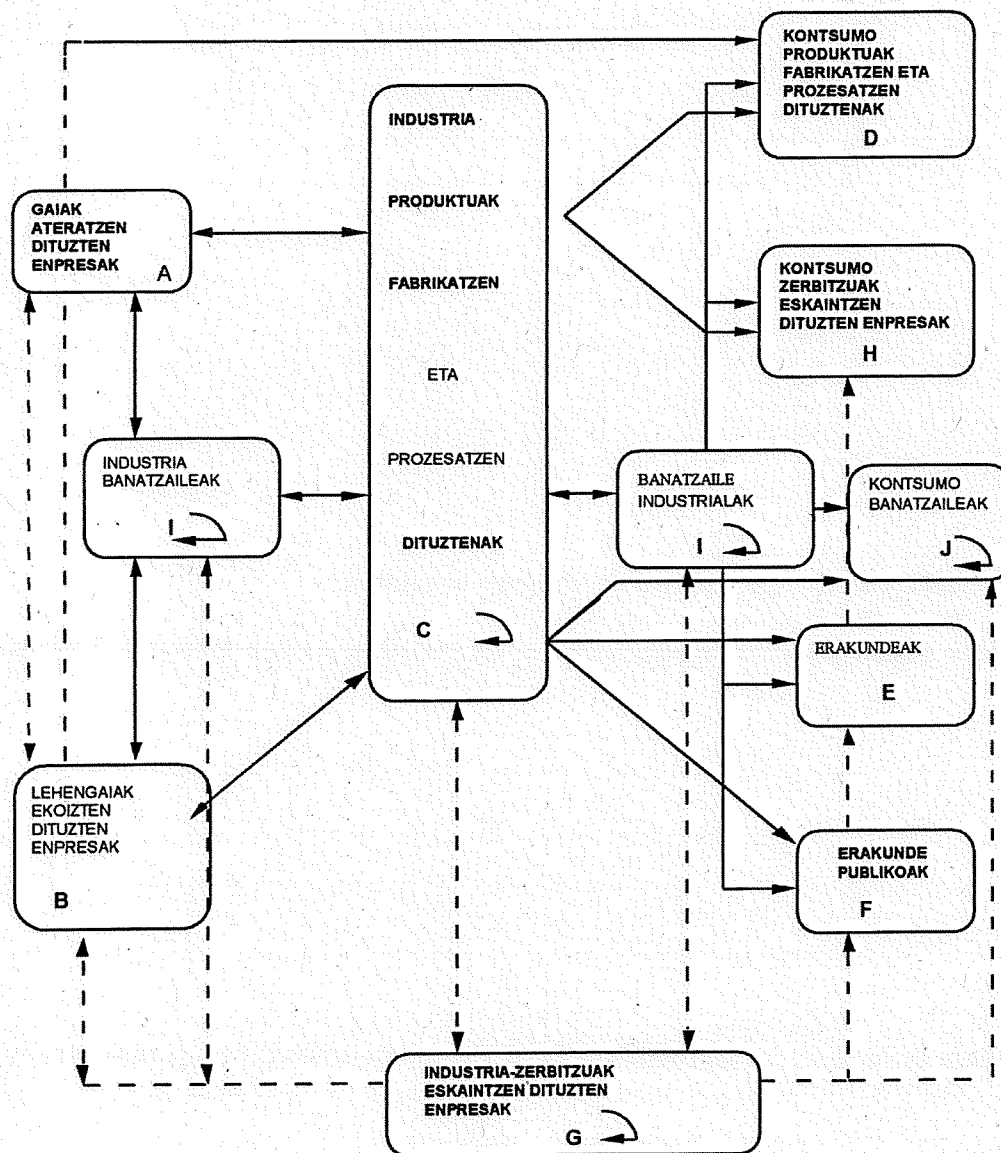


3.5. Gomendatuko al zenioke Oronari bide ez pertsonalak erabiltzea komunikatzerakoan? Zergatik? (0,75 puntu).

4. Azken orriko modeloan oinarrituz, erantzun ondorengo bi galdera:

4.1. E eta F taldeek geziak jasotzen dituzte, baina ez da gezirik ateratzen haietatik. Zergatik? (0,5 puntu)

4.2. Bi talde hauean daudenek zein marketin sektorial aplikatuko lukete? Erantzunak arrazoitu (0,5 puntu).



Oharra: E taldean irabazi asmorik gabeko erakunde pribatuak daude.